

식사 평가기준 유형으로 본 음식소비문화

서정희 · 홍순명*

울산대학교 아동가정복지학과 · 울산대학교 식품영양학과*

Food Consumption Culture based on the Evaluative Criteria Pattern of Eating

Jeong Hee, Seo · Soon Myung, Hong*

Dept. of Child & Family Welfare, Ulsan University

Dept. of Food & Nutrition, Ulsan University*

ABSTRACT

This research reviews the characteristics of consumption oriented culture of post modern society and describes the food consumption culture based on the evaluative criteria pattern in eating in Ulsan Metropolitan City. The subjects consisted in 217 full-time housewives and 129 cooks. The evaluative criteria of eating scale with 4 components - the eating atmosphere factor, the preference factor, the quality factor and the table factor- is described and interpreted in the context of consumption oriented culture. 4 clusters were decided through cluster analysis: preference and quality pursuing type, high involvement type, consumerism culture pursuing type and low involvement type. Among socio-economic variables, the evaluative criteria pattern of eating was significantly associated with occupation. The results of factor analysis and cluster analysis proved that the full-time house wives and cooks in Ulsan Metropolitan city showed the propensity to consumption oriented culture in food consumption culture.

KEY WORDS : food consumption culture, evaluative criteria pattern in eating

서론

포스트모던 사회라고도 규정되고 있는 현대사회는 다양한 형태의 새로운 소비문화를 창조하고 유지하고 발전 시킴으로써 생활문화에서 소비문화가 차지하고 있는 비중이 점점 더 증가하고 있는 상황이다. 이러한 소비문화 중에서 가장 대표적인 것이 소비주의문화이다. 소비주의

문화는 소비행위를 통하여 자신의 정체성을 형성하고 자신의 행위양식을 결정하게 된 문화이고, 소비가 개인이 다른 사람과 사회와의 관계에서 중요한 매개가 되는 문화이다¹⁾.

소비주의문화는 남들과 다른 독특하고 개성적인 생활양식과 스타일을 소비를 통하여 가능하게 해준다. 의상, 액세서리, 음료와 음식, 가수, 영화, 비디오 등의 상품들

은 돈을 치르지만 하면 언제 어디서든지 구매자의 구매 능력과 취향이 세련되었다는 칭찬을 해주고 욕구를 충족시켜 줄 수 있다²⁾.

소비주의문화는 의복, 교통수단, 식품, 주택의 외장과 내장과 같은 소비재가 우리의 세계를 구성하고 있는 문화적 의미의 표현매체 역할을 하도록 한다. 또한 소비주의문화에서는 소비재가 가지고 있는 본질보다는 상징적 이미지가 더 중요한 교환가치가 된다. 상징적 이미지는 서로 연결되어 있기 때문에 소비자들은 이미지의 연결세트 속에서 상품을 소비하고 있다³⁾. 예를 들면 소비자들은 집에서 인스턴트커피를 마시기보다는 아름답고 이국적으로 실내가 장식되어 있고, 밖이 흰하게 보이는 카페에서 마치 영화 속의 주인공처럼 원두커피를 마시는 것을 더 좋아한다. 커피향, 커피를 마시는 사람이 풍기는 분위기, 카페의 분위기가 제공하는 이미지가 하나의 세트에 연결되어서 마치 하나의 광고나 영화를 보는 것 같은 느낌을 강조한다.

이와 같이 소비주의문화는 음식문화에도 영향을 미침으로써 음식에 대한 평가기준이 매우 다양하게 변화하고 있다. 예를 들면 음식을 선정하는 기준이 영양보다는 음식점의 분위기나 음식이 풍기는 이국적인 감각이나 특성을 더 강조한다는 점이다. 즉 특정 음식이 가지고 있는 상징적 이미지가 음식 자체가 가지고 있는 효용이나 본질적 특성보다도 더 강조되고 있다. “보기 좋은 음식이 맛도 좋다”라는 슬로건이 중요한 의미를 가지게 되었다. 이러한 음식소비문화현상은 ‘fusion food’를 유행시키고 있고, 음식을 담는 방법과 상차림을 강조하는 ‘food stylist’라는 직업이 등장할 정도로 음식문화의 중요한 특징이 되고 있다. 그러므로 음식준비부터 식사를 하는 과정에서 중요하게 고려하는 평가기준을 조사하고 유형을 실증적으로 밝힌 자료를 바탕으로 하여 음식소비문화를 유추할 수 있다.

소비주의문화가 지향하는 가치는 사물과 재화 자체가 아니라 차이와 차이의 기호에 기반을 두고 있는 기호가치이다. 이러한 기호소비는 끊임없이 소비에 관한 담론을 생산해 낸다. 상품은 물질적 가치 내지 효용적 특질에 의하여 규정되는 것이 아니라 그러한 물질을 상품 담

론과 부합하는 방식으로 나타내는 행위 그 자체에 의하여 규정된다.

담론은 대상물의 의미와 가치를 논의하는 서로다른 방식을 의미한다. 이러한 담론에 의하면 소비는 물질적 관행도 아니며, 풍요의 현상학도 아니며, 현재 다소 일관성 있는 담론으로 구성되는 모든 대상물과 메시지의 실질적 총체성이다. 다시 말하면 소비는 의미가 있는 특정 기호를 조작하는 하나의 조직적 행위이다⁴⁾.

음식가치 또는 식생활과 관련된 라이프스타일을 다룬 선행연구를 보면 단일 요인이 아니라 여러 개의 요인으로 이루어졌다는 것을 알 수 있다. 서정희 등⁵⁾이 영남과 호남의 6개 도시를 대상으로 한 연구에서 외식가치의 의사결정할 때 18개의 외식가치를 모두 중요하게 인지하는 심사숙고형, 사회적 지위와 체면, 음식점의 규모와 명성을 중요시하는 과시중시형, 음식의 맛과 가족이나 동료들이 기호를 중요하게 생각하는 기호중시형, 간편함과 음식서비스의 시간을 중시하는 편의주의형의 4개 요인으로 구성되어 있다고 하였다.

오명렬 등⁶⁾의 연구에서는 N세대의 식생활 라이프스타일이 질추구, 요리 관심, 건강식추구, 전통적 식습관, 혁신추구, 채식성향의 6개 하위요인으로 구성되어 있었다. 이러한 6개의 하위요인을 기준으로 하여 라이프스타일을 군집분석을 통하여 유형화한 결과 건강과 질 추구 집단, 전통 추구집단, 무관심 집단, 요리 의견선도 집단, 서구적 집단 등으로 유형화되었다.

그러므로 식사 평가기준도 단일차원이 아니라 다차원으로 구성되어 있다고 가정할 수 있다. 식사 평가기준을 유형화하기 위해서는 먼저 요인분석을 통하여 식사평가기준이 어떠한 경험적 요인으로 구성되어 있는가를 밝힌 후에 각 요인의 요인점수를 산정하고, 이 요인점수를 기준으로 한 군집분석을 통하여 주부와 조리사를 몇 개의 경험적 유형의 집단에 포함시켜야 한다.

식사 평가기준을 유형화하고, 유형화한 집단과 사회적인구학적 변수간의 관계를 밝힌 이 논문의 연구결과는 유형화한 집단의 특성을 기초로 하여 각 집단이 가지고 있는 음식소비문화를 구성하는 중요한 경험적 요소를 알 수 있으며, 유형에 적합한 마케팅 기법을 개발하고, 영양

교육과 영양평가를 할 수 있고, 소비자교육을 하는데 필요한 중요한 기초자료를 제공해 줄 수 있다.

연구 내용 및 방법

1. 조사 대상 및 기간

조사대상자는 울산광역시에 거주하고 있는 전업주부 217명과 울산광역시 영양사회가 주최하는 조리사 보수교육에 참가한 조리사 129명이다. 전업주부와 조리사를 조사대상으로 선정한 이유는 둘 다 조리를 가장 많이 하고 있고, 전업주부는 주로 가정에서 가족구성원을 위하여 조리를 하고 있고, 조리사는 식당에서 소비자를 위하여 조리를 하고 있다는 점에서 음식문화를 만들어 가는데 중요한 역할을 하고 있기 때문이다. 질문지의 내용과 조사방법을 교육받은 울산대학교 식품영양학과 학생들을 통하여 직접 주부들에게 질문지를 배포하여 주부가 직접 기입하게 한 후에 그 자리에서 회수하였다. 조리사는 조리사 교육시간에 강사를 통하여 질문지를 나누어주고 조리사가 직접 기입하게 하였다. 조사는 1999년 5월 10일부터 20일 사이에 이루어졌다.

2. 조사도구의 구성

소비자는 여러 가지 평가기준에 근거하여 각 대안을 평가한다. 평가기준은 선택기준(choice criteria)이라고 하는데, 소비자가 대안을 비교하고 평가하는데 사용하는 표준(standards)과 명세(specification)를 의미한다. 그러므로 식사평가기준은 각 음식을 비교하고 평가할 때 사용하는 명세를 의미한다. 이 논문에서는 주부와 조리사 5명을 대상으로 하여 표적 집단 면접(focus group interview)을 실시하여 표 3에 있는 것처럼 15개의 명세로 된 평가기준을 작성하여 '전혀 중요하지 않다' 1점, '중요하지 않다' 2점, '그저 그렇다' 3점, '중요하다' 4점, '매우 중요하다' 5점을 주는 리커트척도로 측정하였다.

표 1에는 요인분석 결과 식사평가기준의 하위차원별

로 Cronbach의 α 계수로 측정된 신뢰도계수가 제시되어 있다. Cronbach의 α 계수는 문항수에 의하여 영향을 받으므로 문항수가 4개와 3개인 점을 감안하면 상차림 하위차원을 제외한 식사분위기 하위차원, 취향 하위차원 및 질추구 하위차원은 신뢰할 만한 수준이라고 볼 수는 있다.

표 1. 식사 평가기준 하위차원의 신뢰도

하위차원	신뢰도계수
음식소비문화차원	.69
취향차원	.64
질추구차원	.57
상차림차원	.46

월평균 총소득은 1년간 가족원이 받는 월급, 임대소득과 이자소득을 모두 합하여 12개월로 나누어서 구하였다. 소득에 대한 식생활비의 지출을 의미하는 엔겔계수는 총식료품비를 총생계비로 나누어서 100을 곱하여 구하였다.

3. 조사자료의 통계분석 방법

모든 자료는 SPSS PC*를 이용하여 통계처리를 하였다. 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도와 백분율을 구하였고, 식사 평가기준이 어떠한 경험적 요인으로 구성되어 있는지를 알아보기 위하여 요인분석을 하였다. 요인은 주성분분석방법에 의하여 추출하였으며, 요인의 성격을 가장 분명하게 하는 요인구조를 찾아내기 위하여 직교회전을 하였다. 식사 평가기준을 구성하는 요인의 요인점수를 기준으로 하여 식사 평가기준을 유형화하기 위하여 군집분석을 하였다. 식사 평가기준 유형이 사회인구학적 변수와 어떠한 관련을 맺고 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 하였다.

연구 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 특성

표 2에는 조사대상자의 일반적 특성이 제시되어 있다.

표 2 조사대상자의 일반적 특성

	변 수	빈도(%)
성 별	남	43(10.5)
	여	343(84.1)
연 령	20대	44(11.6)
	30대	123(32.6)
	40대	169(44.7)
	50대이상	42(11.1)
결혼여부	기 혼	331(81.1)
	미 혼	45(11.0)
교육수준	중졸 이하	61(16.5)
	고 졸	196(53.1)
	대학 이상	112(30.4)
직 업	주 부	217(58.5)
	조리사	129(34.8)
	기 타	25(6.8)
월평균 총소득	80만원 미만	17(5.1)
	80~120만원 미만	51(15.2)
	120~150만원 미만	51(15.2)
	150~200만원 미만	93(27.7)
	200~300만원 미만	87(25.9)
	300~500만원 미만	26(7.7)
	500만원 이상	11(3.3)
소득에 대한 식생활비의 지출	20% 미만	55(16.4)
	20~30% 미만	114(34.0)
	30~40% 미만	106(31.6)
	40~50%미만	35(10.4)
	50~60% 미만	15(4.5)
	60~70% 미만	6(1.8)
	70% 이상	4(1.2)

* 결측값 때문에 총계가 1000이 안됨.

성별은 남자는 10.5%이고 여자가 84.1%를 차지하였다. 이 논문의 조사대상자가 주부와 조리사이므로 남자는 모두 조리사이다. 연령은 40대가 44.7%로 가장 많았고, 그 다음은 30대로 32.6%, 50대 이상이 11.1%로 가장 적었다. 결혼여부는 기혼이 81.1%이고, 미혼이 11.0%이다. 미혼은 모두 조리사이다. 교육수준은 중졸이하가 16.5%로 가장 적었고, 고졸은 53.1%로 가장 많았고, 대졸 이상은 30.4%이었다.

직업은 주부가 58.5%, 조리사가 34.8%이고, 기타는 주부 중에서 직업을 가진 사람으로 6.8%였다. 월평균소득은 80만원 미만이 5.1%로 가장 적었고, 80~120만원과 120~150만원이 15.2%, 150~200만원이 27.7%, 200~300만

원이 25.9%, 300~500만원이 7.7%, 500만원 이상이 33%를 차지하였다. 소득에 대한 식생활비의 지출비율을 의미하는 앵겔계수는 20% 미만이 16.4%, 20~30% 미만이 34.0%, 30~40% 미만이 31.6%, 40~50% 미만이 10.4%, 50~60% 미만이 4.5%, 60~70% 미만이 1.8%, 70 이상이 1.2%를 차지하였다.

2. 식사 평가기준 요인

식사 평가기준을 요인분석한 결과 단일요인이 아니라 4개의 요인으로 구성되어 있는 것으로 나타났다. 요인분석 결과 고유값이 1이상인 요인이 4개 추출되었으며, 이 4개의 요인은 식사 평가기준 전체 분산의 52.1%를 설명해 주는 것으로 나타났다. 조리시간 평가기준은 요인 2의 요인부하값은 .431, 요인 3의 요인부하값은 .652로 두 개의 요인에 함께 높게 부하되었으나, 요인 3의 요인부하값이 더 높으며, 해석하기도 더 용이하여서 요인 3에 포함시켰다. 영양 평가기준은 요인 1의 요인부하값이 .518, 요인 3의 요인부하값이 .550으로 두 개의 요인에 모두 높게 부하되었으나, 요인 3의 요인부하값이 약간 더 높고, 해석도 더 용이하기 때문에 요인 3에 포함시켰다.

요인 1은 식습관, 식사분위기, 함께 먹는 사람, 식사시간 등의 평가기준을 중요하게 평가하므로, 식사분위기가 요인이라고 명명하였다. 식사분위기가 요인은 전체 분산의 15.6%를 설명해 줌으로써 설명력이 가장 큰 요인이다.

요인 2는 기호, 온도, 색과 맛 등의 평가기준을 중요하게 평가하므로 취향요인이라고 명명하였다. 이 요인은 전체 분산의 13.9%를 설명해 줌으로써 두 번째로 설명력이 큰 요인으로 밝혀졌다.

요인 3은 조리방법, 조리시간, 영양, 가격 등의 평가기준을 더 중요하게 평가하므로 질추구요인이라고 명명하였다. 이 요인은 전체 분산의 12.9%를 설명해 줌으로써 세 번째로 설명력이 큰 요인이다.

요인 4는 푸짐한 상차림, 음식 종류의 다양성, 식기 등의 평가기준을 중요하게 평가하므로 상차림요인이라고 명명하였다. 이 요인은 전체 분산의 9.8%를 설명해 줌으로써 4개 요인 중에서 설명력이 가장 작았다.

표 3 식사 평가기준에 관한 요인분석

문항 내용	요인 부하값				
	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	
식습관	.760	.138	9.0E-02	.144	
식사 분위기	식사 분위기	.733	.181	9.8E-02	-2.E-02
	함께 먹는 사람	.557	.256	-.193	.317
	식사 시간	.544	.238	.201	1.5E-02
취향	기호	.190	.682	-.131	-4.E-02
	온도	.148	.674	.261	.142
	색	.154	.581	.263	.382
	맛	.189	.567	.235	4.4E-02
질추구	조리 방법	.193	.286	.737	-2.E-02
	조리 시간	-3.E-02	.431	.652	.100
	영양	.518	-.162	.550	-4.E-02
상차림 요인	푸짐한 상차림	-.109	8.5E-03	7.6E-03	.844
	음식종류의 다양성	.271	.117	.164	.499
	식기	.316	.159	.311	.413
고유 값	2.333	2.085	1.931	1.468	
분산(%)	15.6	13.9	12.9	9.8	
누적 분산(%)	15.6	29.5	42.3	52.1	

이상과 같은 4개 요인을 음식소비문화의 관점에서 평가해 보면 질추구요인을 제외한 나머지 3개 요인은 소비주의문화가 가지고 있는 속성을 많이 포함하고 있다고 볼 수 있다. 특히 소비주의 문화적 속성이 많이 포함될 수 있는 상차림요인과 취향요인의 설명력이 질추구요인의 설명력에 비하여 크다는 점을 감안해 볼 때 음식문화가 소비주의 문화의 특성을 많이 가지고 있다고 볼 수 있다.

담론은 대상물의 의미와 정의에 영향을 미칠 수 있다. 어떤 남자가 레스토랑에서 처음으로 소개를 받은 여자와 함께 맛있는 음식을 먹었을 때 그 음식이 음식을 먹은 사람들의 미각과 포만감을 충족시켜 주었다면 그 대상물은 상품의 특성으로 평가될 수 있기 때문에 하나의 상품 담론과 부합된다. 나아가 음식을 먹은 레스토랑의 분위기가 너무 좋아서 둘 사이가 연인관계로 발전했다면 대상물인 그 음식과 레스토랑의 중요성은 '연인관계로 발전시켜 줄 정도로 분위기가 있는 음식과 레스토랑'이라는 또 하나의 담론으로 발전하게 된다⁹⁾.

이처럼 대상물과 행위는 이를 나타내는 담론에 따라 여러 번에 걸쳐서 몇 가지 의미가 부여되는 사회적 생명

력을 가지고 있으며⁸⁾, 모든 대상물은 담론이 부여될 수 있는 상품특성을 가질 수 있는 잠재력을 가지고 있을 수 있고, 동시에 부여되었던 담론의 의미를 상실함으로써 상품특성이 살아질 수 있다⁹⁾.

한 사회에서 상품담론이 이용되는 정도에 대해서는 논란이 많다. 일부의 논자들은 사람들의 일상적인 경험 이 상품담론을 매개로 조정되는 경향이 점차 많아지고 있다고 주장하고 있다. 마케팅 종사자들과 광고 담당자들은 소비증가를 촉진시키기 위하여 상품담론을 효과적으로 이용하여 왔으며, 그 결과 더 많은 소비가 더 많은 행복과 충족감을 가져올 것이라는 견해를 주창하였다. 이러한 주장은 음식소비에서 불필요한 장식을 많이 하게 하고 음식을 남기는 습관을 강조하게 되어 음식물쓰레기를 크게 증가시키는 요인이 되었고, 중요한 환경문제가 되었다. 이처럼 소비하기 위하여 살아간다는 주장에 의문이 제기되고 이러한 의문을 뒷받침하는 증거도 많이 제시되고 있으므로¹⁰⁻¹⁴⁾, 지나친 음식 소비는 환경을 위협할 뿐 아니라 삶의 질도 저하시킨다¹⁵⁾는 담론을 개발함으로써 음식물쓰레기문제도 예방하고 감소시킬 수 있다.

이와 같은 의미에서 음식소비문화를 분석해 보면 질추구요인과 관련된 담론은 과거에 비하여 의미를 많이 상실하게 되었고, 소비주의문화의 영향을 많이 받을 수 있는 요인들인 식사분위기요인, 취향요인, 상차림요인 등에 관한 담론이 더 많은 사회적 생명력을 가지고 있다고 볼 수 있다.

이러한 현상은 중학생, 고등학생, 대학생을 대상으로 하여 식생활양식의 동태적 변화를 연구한 오명렬 등⁶⁾의 연구결과에서도 밝혀졌다. 이들의 연구에서 요인분석을 한 결과를 보면 식생활에서 굳이 질을 추구하지 않으며, 요리에 대한 관심이 증가하였고, 전통적 식습관과 채식 성향이 계속 감소하고 있었다. 식생활의 질을 추구하는 성향은 중학생보다는 고등학생이, 고등학생보다는 대학생이 상대적으로 높게 나타났다.

3. 음식준비와 식사 평가기준의 유형화

SPSS에서 표본수가 큰 자료를 군집분석할 때 사용하

는 K-means 프로그램을 이용하여 분석한 결과 조리사와 주부의 식사 평가기준은 4개 집단으로 유형화할 수 있었다. 표 4에는 4개 집단으로 유형화하는 것이 경험적으로 타당한지를 검증하기 위하여 4개 하위요인의 요인 점수를 종속변수, 4개 유형화집단을 독립변수로 하여 일원분산분석을 한 결과가 제시되어 있다.

식사분위기 하위요인, 취향 하위요인 및 질추구 하위요인은 P<.001 수준에서 의미있는 차이를 보이고, 상차림 하위요인은 P<.05 수준에서 의미있는 차이를 보이는 것으로 나타났다. 그러므로 식사 평가기준을 유형화한 4개 집단으로 유형화하는 것이 경험적으로 타당하다는 사실이 증명되었다.

표 4. 유형화된 집단에 따른 식사 평가기준 차원의 일원분산분석

	식사분위기	취향	질추구	상차림
	평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)	평균(표준편차)
집단 1	16.00(2.4)	15.72(2.1)	16.39(1.8)	10.35(1.8)
집단 2	16.84(2.1)	16.73(2.3)	17.20(1.9)	11.02(2.1)
집단 3	15.46(2.3)	15.87(2.0)	15.66(1.8)	10.27(1.6)
집단 4	14.87(2.1)	15.07(1.9)	15.17(1.9)	10.06(1.6)
F 비	9.45***	7.35***	15.54***	3.47*

***P<.001 *P<.05

표 5에는 유형화된 4개 집단을 구성하는 각 하위요인의 특성을 다른 집단과 비교하여 각 유형의 명칭을 부여하기 위하여 각 집단별로 조리사와 주부의 식사 평가기준을 구성하는 하위요인인 식사분위기, 취향, 질추구, 상차림의 표준화된 요인점수와 일원분산분석 결과를 가지고 하위요인에서 의미 있는 차이가 있는 집단들의 요인 점수의 순위가 제시되어 있다.

집단 1은 표준화된 점수가 식사분위기 요인과 상차림 요인은 음의 값을 가지고, 취향 요인과 질추구 요인은 양의 값을 가진다. 다른 집단과의 순위를 비교해 보면 취향 요인과 질추구 요인은 2위를 식사분위기 요인과 상차림요인은 3위를 차지하였다. 이 집단은 다른 집단에 비하여 취향 요인과 질추구 요인을 더 중요하게 생각하는 집단이라고 볼 수 있으므로 취향과 질추구 강조형이라고 명명하였다. 이 집단에 속하는 조리사와 주부는 82명이 포함됨으로써 27.5%로 가장 많았다.

집단 2는 식사분위기 요인, 취향 요인, 질추구 요인, 상

표 5. 식사 평가기준 요인의 표준화된 점수와 집단간 순위

요인	집단	취향과 질추구 강조형 (82명)	심사숙고형 (65명)	소비주의 문화 추구형 (71명)	무관심형 (80명)
	식사분위기		-0.21	0.93	0.55
순서		3	1	2	4
취향		0.37	1.15	-0.55	-0.81
순서		2	1	3	4
질추구		0.60	0.76	-0.27	-0.95
순서		2	1	3	4
상차림		-0.19	0.98	0.10	-0.81
순서		3	1	2	4

차림 요인의 표준화된 점수가 모두 양의 값을 가지고 있었다. 다른 집단과의 순서를 비교해 봐도 4개요인 모두에서 1위를 차지하였다. 이 집단에 속하는 조리사와 주부는 4개의 요인을 모두 중요하게 생각하기 때문에 심사숙고형이라고 명명하였다. 이 집단에는 65명의 조리사와 주부가 포함됨으로써 가장 적었다.

집단 3은 표준화된 점수가 식사분위기 요인과 상차림 요인은 양의 값을 가지고, 취향 요인과 질추구 요인은 음의 값을 가진다. 다른 집단과의 순위를 비교해 보면 취향 요인과 질추구 요인은 3위를 식사분위기 요인과 상차림요인은 2위를 차지하였다. 이 집단은 다른 집단에 비하여 식사분위기 요인과 상차림 요인을 더 중요하게 생각하는 집단이라고 볼 수 있다. 식사분위기와 상차림 요인은 소비주의 문화가 가지고 있는 속성과 많이 관련되어 있기 때문에 소비주의문화 추구형이라고 명명하였다. 이 집단에는 71명의 조리사와 주부가 포함됨으로써 23.8%를 차지함으로써 세 번째로 많았다.

집단 4는 식사분위기 요인, 취향 요인, 질추구 요인, 상차림 요인의 표준화된 점수가 모두 음의 값을 가지고 있었다. 다른 집단과의 순서를 비교해 봐도 4개요인 모두에서 4위를 차지하였다. 이 집단에 속하는 조리사와 주부는 4개의 요인을 모두 덜 중요하게 생각하기 때문에 무관심형이라고 명명하였다. 이 집단에는 80명의 조리사와 주부가 포함됨으로써 26.8%를 차지함으로써 2번째로 많았다.

군집분석을 한 결과를 가지고 음식소비문화의 특성을 유추해 보면 소비주의문화 추구형은 음식소비문화에 소비주의문화적 속성만을 중요하게 평가하고 있다고 볼 수 있

다. 취향과 질추구 강조형과 심사숙고형은 부분적으로 소비주의문화적 속성이 포함되어 있다고 볼 수 있고, 무관심 집단은 음식문화에 관심이 적은 집단이라고 볼 수 있다.

오명렬 등이 식생활양식을 군집분석을 한 결과에서는 건강과 질 추구집단, 전통추구집단, 무관심집단, 요리의견선도집단, 서구적 집단의 5개 군집이 추출되었다. 식생활양식과 식사 평가기준의 개념이 다르고, 측정하는 문항도 다르고, 조사대상도 다르기는 하나, 요리의견선도 집단은 이 논문의 심사숙고형과 유사한 특성을 가지고 있고, 서구적 집단은 이 논문의 소비주의문화 추구형과 유사하다고 볼 수 있고, 건강과 질 추구 집단과 전통 추구 집단은 취향과 질추구 강조형과 유사한 특성을 가지고 있다고 볼 수 있다. 즉 식사평가기준 유형은 식생활양식을 구성하는 하나의 요소가 될 수 있다고 볼 때 전반적인 특성은 식생활양식과 유사하다고 볼 수 있다.

이렇게 추출된 5개 군집을 1997년, 1998년, 1999년으로 나누어서 연도별로 비교한 결과를 보면 식생활을 통하여 건강이나 질을 추구하는 집단은 급격하게 감소하고 있었고, 전통 추구 집단도 감소하고 있었다. 그러나 요리의견선도집단과 서구적집단 및 무관심집단은 상당한 수준으로 증가하였다. 이러한 연구결과와 이 논문의 연구결과를 종합해 볼 때 음식소비문화에서도 소비주의 문화적 성격이 더욱 증가하리라고 예측할 수 있다.

4. 음식준비와 식사 평가기준 유형과 사회인구학적 변수

표 6에 의하면 음식준비와 식사 평가기준 유형은 성별, 결혼여부, 연령, 소득, 영겔계수, 교육과는 의미있는 관련성을 보이지 않았고, 직업에 따라서는 $P<.05$ 수준에서 의미있는 관련성을 보이고 있었다. 취향과 질추구 강조형은 주부가 67.1%, 조리사가 32.9%를 차지함으로써 주부가 조리사보다 약 2배 정도가 더 많았다. 심사숙고형은 주부가 51.9%, 조리사가 48.1%를 차지함으로써 거의 비슷하였다. 소비주의문화 추구형은 주부가 61.3%, 조리사가 38.7%를 차지하였다. 무관심형은 주부가 75.3%, 조리사가 24.7%를 차지하였다.

표 6. 식사 평가기준 유형별 소비자특성 교차분석

	취향과 질추구 강조형	심사숙고형	소비주의 문화 추구형	무관심형		
성별 (290)	남자	10(12.5)	6(10.0)	7(10.0)	7(8.8)	$\chi^2=0.64$ df=3
	여자	70(87.5)	54(90.0)	63(90.0)	73(91.3)	
	계	80(100.0)	60(100.0)	70(100.0)	80(100.0)	
결혼 여부 (298)	기혼	70(88.6)	54(94.7)	60(85.7)	72(91.1)	$\chi^2=3.08$ df=3
	미혼	9(11.4)	3(5.3)	10(14.3)	7(8.9)	
	계	79(100.0)	57(100.0)	70(100.0)	79(100.0)	
연령 (298)	30대 이하	36(43.9)	31(47.7)	31(43.7)	29(36.3)	$\chi^2=2.10$ df=3
	40대 이상	46(56.1)	34(52.3)	40(56.3)	51(63.8)	
	계	82(100.0)	65(100.0)	71(100.0)	80(100.0)	
소득 (298)	120만원	8(9.8)	13(20.0)	14(19.7)	9(11.3)	$\chi^2=8.65$ df=3
	120~150만원	16(19.5)	6(9.2)	9(12.7)	10(12.5)	
	150~200만원	21(25.6)	17(26.2)	15(21.1)	19(23.8)	
	200만원 이상	37(45.1)	29(44.6)	33(46.5)	42(52.5)	
	계	82(100.0)	65(100.0)	71(100.0)	80(100.0)	
영겔 계수 (298)	20% 미만	8(9.8)	13(20.0)	10(14.1)	9(11.3)	$\chi^2=8.26$ df=3
	20~30%	23(28.0)	24(36.9)	22(31.0)	23(28.8)	
	30~40%	23(28.0)	16(24.6)	17(23.9)	22(27.5)	
	40% 이상	28(34.1)	12(18.5)	22(31.0)	26(32.5)	
	계	82(100.0)	65(100.0)	71(100.0)	80(100.0)	
교육 (284)	중졸이하	10(13.2)	11(18.3)	9(13.2)	14(17.5)	$\chi^2=1.69$ df=3
	고졸	44(57.9)	31(51.7)	36(52.9)	43(53.8)	
	대졸 이상	22(28.9)	18(30.0)	23(33.8)	23(28.8)	
	계	76(100.0)	60(100.0)	68(100.0)	80(100.0)	
직업 (263)	주부	51(67.1)	27(51.9)	38(61.3)	55(75.3)	$\chi^2=7.87^*$ df=3
	조리사	25(32.9)	25(48.1)	24(38.7)	18(24.7)	
	계	82(100.0)	65(100.0)	71(100.0)	80(100.0)	

* $P<.05$

요약 및 결론

이 논문은 울산광역시에 거주하고 있는 주부와 조리사를 대상으로 하여 음식준비와 식사를 할 때 중요하게 고려하고 있는 평가기준이 무엇인지를 조사하고, 요인분석을 통하여 식사 평가기준의 하위요인을 밝히고, 하위요인들을 기준으로 하여 군집분석을 통하여 식사 평가기준의 유형을 밝히고 이 유형과 사회인구학적 변수와의 관계를 밝힌 결과를 바탕으로 하여 음식소비문화를 유추한 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

식사 평가기준은 식사분위기, 취향, 질추구, 상차림의 4개 요인으로 구성되어 있는 것으로 나타났다. 질추구보

다는 식사분위기와 취향요인의 설명력이 더 큰 것으로 나타남으로써 음식문화에서도 소비주의문화적 요소가 많이 나타나고 있다고 볼 수 있다. 이러한 현상은 시간이 지날수록 더 가속될 것으로 보인다. 그러므로 식사분위기, 취향, 상차림과 관련되어 현재 선호하고 있는 상징적 의미가 구체적으로 무엇인가를 밝히는 연구가 이루어져야 한다. 또한 이러한 상징적 이미지를 담고 있는 기호가 가지고 있는 고유한 담론을 생산하고 분배하고 확산되는 메카니즘에 대한 분석도 필요하다.

특히 소비주의문화는 이미지의 연결세트를 강조하므로 음식을 준비하고 식사하는 과정뿐 아니라 이 과정에서 음식을 먹는 장소, 장소의 인테리어, 복장, 음식을 먹는 행위가 하나의 문화적 행위가 되므로 동반되는 다른 문화적 행위들도 관련될 수 있다. 음식을 만드는 과정을 손님에게 공개하고 손님을 음식을 만드는 과정에 동참시킴으로써 조리방법을 가르쳐 주는 식당도 있고, 식당에서 웃이나 장신구를 팔거나, 음식을 먹으면서 음악을 즐기거나, 결혼식이나 모임을 하는 경우를 예로 들 수 있다. 그러므로 이렇게 관련된 모든 이미지를 표현하는 기호들을 연결시키는 담론을 분석하고, 바람직하지 못한 담론을 제거하고 보다 바람직한 담론을 개발함으로써 바람직한 음식문화를 창조하고 확산시키는 동시에 중요한 영양교육의 자료로 삼을 수 있다.

군집분석을 한 결과 큰 차이는 없었으나, 울산광역시의 주부와 조리사들은 취향과 질을 강조하는 유형과 무관심형이 가장 많았고, 소비주의문화 추구형은 세 번째로 많았고, 심사숙고형은 가장 적었다. 대학생을 대상으로 한 연구에서⁶⁾ 식생활양식은 전통적 식습관과 건강과 질을 추구하는 경향이 감소하고 서구화가 진전되고, 요리선도집단과 무관심집단이 증가하고 있다는 추세를 비추어 보면, 음식소비문화에서도 소비주의문화적 특성이 점점 증가할 것이라고 예측할 수 있다.

조리사와 주부는 음식을 만드는 과정에서 매우 중요한 역할을 함에도 불구하고 무관심형이 많다는 사실은 매우 중요한 문제가 될 수 있다. 주부는 가정에서 조리를 주로 담당하고 조리사는 사회에서 외식을 주로 담당한다는 점에서 가정과 사회의 음식소비문화를 창조하고

바람직한 방향으로 이끌어야 할 중요한 사명이 있다는 점을 감안하면 더 큰 문제가 될 수 있다. 그러므로 무관심형에 속하는 주부와 조리사를 대상으로 한 영양교육과 소비자교육이 시행되어야 한다.

조리사들은 자신이 개발한 음식에 소비자들이 선호하고 중요하게 생각할 수 있는 의미를 지닌 담론을 개발함으로써 음식마케팅에 성공할 수 있다. 음식연구가들도 음식 만드는 방법에만 관심을 가지지 말고, 특정 음식에 이미지를 부여하고 그 이미지를 그 음식을 먹는 소비자들이 주로 선호하고 추구하는 기호와 연결시키는 담론을 개발하고 확산시키는 작업에도 관심을 기울여야 한다. 이러한 다양하고 효과적인 담론의 개발을 통하여 사라져가고 있는 우리의 전통적인 식문화를 보다 발전적으로 계승하고 확산시킬 수 있는 동시에 우리의 식문화를 세계화할 수 있는 기반이 된다. 그러므로 조리사를 대상으로 하여 음식이 지니고 있는 상징적 의미를 찾고 개발할 수 있는 담론을 부여할 수 있는 영양교육과 소비자교육이 보수교육과정에 포함되어야 할 것이다.

참고 문헌

1. 임성희. 90년대 새로운 소비주의문화의 성격 : 홍대앞 문화 사례를 중심으로, 서울대학교 석사학위논문, 1994.
2. 강명구. 소비대중문화와 포스트모더니즘, 민음사, 1993.
3. 이진우. 풍요사회의 신화와 현실의 상품화, 한국소비문화학회 1998년도 추계학술대회 논문발표집, pp.7-18, 1998.
4. Baudrillard, J., The System of Objects, Blackwell, UK : Verso, 1996.
5. 서정희, 김민정, 제미경, 김정근, 박정희, 심규남. 영남과 호남의 소비가치에 관한 탐색적 연구, 소비문화연구 3(2):123-144, 1998.
6. 오명렬, 강이주. 혁명기의 신세대, 한국소비문화학회 2000년도 춘계 학술대회 논문발표집, pp.3-29, 2000.

7. 서정희, 홍순명. 환경친화적 음식소비행동과 음식 준비와 식사의 평가기준, 울산대학교 생활과학논문집 2(2):51-61, 2001.
8. Appadurai, A., Introduction : Commodities and the Politics of Value. In the Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective, ed. by Appadurai, Cambridge, MA : Cambridge University Press, pp.5-56, 1986.
9. Ostergaard, P., Fichett, J.A. & Jantzen, C., Appropriation & singularisation : Two consumption processes, Advances in Consumer Research 26:405-409, 1999.
10. Wolf, N., The Beauty and Muth : How Images of Beauty Are Used against Women, London : Butterworth-Heinemann, 1990.
11. Alvesson, M., Critical theory and consumer marketing, Scandinavian Journal of Management 10(3):292-313, 1994.
12. Gabriel, Y. & Lang, T., The Unmanageable Consumer : Contemporary Consumption and its Fragmentation, London : Sage, 1995.
13. Kilbourne, W.E., McDonagh, P. & Prothero, A., Can macromarketing replace the dominant social paradigm? Sustainable consumption and quality of life, Journal of Macromarketing 17(1):4-24, 1997.
14. Woodruffe, H., Compensatory consumption : Why women go shopping when they're fed up and other stories, Marketing Intelligence and Planning 15(7):325-334, 1997.
15. 여운승. 녹색담론을 통한 자본주의 패러다임의 전환 모색, 소비문화연구 3(2):217-237, 2000.